

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Tinjauan tentang Iktikad Baik

1. Pengertian Iktikad Baik

Ik.ti.kad *n* 1 kepercayaan; keyakinan yang teguh: *tidak teguh – nya*; 2 maksud (yang baik); kemauan: *dengan – baik*. Ber.ik.ti.kad *v* berkeyakinan; yakin benar (akan); percaya benar (akan); berhasrat benar (akan): *~ yang sempurna kepada Allah taala*.³⁶

Iktikad baik dalam bahasa Romawi dikenal dengan *Bona Fide* yang artinya kedua pihak harus berlaku yang satu terhadap yang lain seperti patut saja antara orang-orang yang sopan, tanpa tipu muslihat, tanpa cilat-cilat, akal-akal tanpa mengganggu pihak lain, tidak dengan melihat kepentingan sendiri saja tetapi juga dengan melihat kepentingan pihak lain.³⁷

Dalam Bahasa Indonesia, iktikad baik dalam arti subyektif disebut kejujuran. Hal itu terdapat dalam pasal 530 KUHPerdara dan seterusnya yang mengatur mengenai kedudukan berkuasa (*bezit*). Iktikad baik dalam arti subyektif ini merupakan sikap batin atau suatu keadaan jiwa.

Demikian dikatakan Prof. Dr. Siti Ismijati Jenie., S.H., C.N.³⁸ saat dikukuhkan sebagai Guru Besar Fakultas Hukum UGM, hari Senin (10/9) di ruang Balai Senat UGM. Ketua Pengelola Magister Kenotariatan UGM ini

³⁶ Departmen Pendidikan dan Kebudayaan. *Op.cit.* Hal. 369.

³⁷ Marcel Seran & Anna Maria Wahyu Setyoawi'. 2006. *Penggunaan Klausula Eksonerasi Dalam Perjanjian dan Perlindungan Hukum Bagi Konsumen*. Bandung. Jurnal Hukum Pro Justitia. Vol. 24 No.2. Fakultas Hukum. UNPAR. Hal. 167.

³⁸ Humas UGM. *Pengukuhan Prof Ismijati Jenie: Itikad Baik Sebagai Asas Hukum*. <https://ugm.ac.id>. diakses tanggal 13 Februari 2017

menyampaikan Pidato Pengukuhan berjudul “Iktikad Baik, Perkembangan Dari Asas Hukum Khusus Menjadi Asas Hukum Umum Di Indonesia.” Ismijati Jenie mengatakan bahwa “Pengertian kedua yaitu iktikad baik dalam arti obyektif. Dalam bahasa Indonesia disebut kepatutan. Hal ini dirumuskan dalam ayat (3) pasal 1338 KUHPerdara yang berbunyi: Suatu perjanjian harus dilaksanakan dengan iktikad baik.”

Mengutip pasal 1338 (3) KUHPerdara, menurut pengelola bagian akademik PPSN UGM, kejujuran (iktikad baik) tidak terletak pada keadaan jiwa manusia, akan tetapi terletak pada tindakan yang dilakukan oleh kedua belah pihak dalam melaksanakan janji, jadi kejujuran disini bersifat dinamis. Kejujuran dalam arti dinamis atau kepatutan ini berakar pada sifat peranan hukum pada umumnya, yaitu usaha untuk mengadakan keseimbangan dari berbagai kepentingan yang ada dalam masyarakat.³⁹

Subekti⁴⁰ menjelaskan bahwa iktikad baik menurut Pasal 1338 ayat (3) KUHPerdara merupakan satu dari beberapa sendi yang terpenting dari hukum kontrak yang memberikan kekuasaan kepada hakim untuk mengawasi pelaksanaan suatu kontrak agar tidak melanggar kepatutan dan keadilan. Ini berarti bahwa hakim berwenang untuk menyimpang dari kontrak jika pelaksanaan kontrak yang melanggar perasaan keadilan (*recht gevoel*) satu diantara dua pihak. Asas iktikad baik menuntut adanya kepatutan dan keadilan, dalam arti tuntutan adanya kepastian hukum yang berupa

³⁹ *Ibid.*

⁴⁰ Subekti dalam buku Muhammad Syaifuddin. 2012. *Hukum Kontrak*. Bandung. Mandar Maju. Hal. 94.

pelaksanaan kontrak tidak boleh melanggar norma-norma kepatutan dan nilai-nilai kedilan.⁴¹

Di Negeri Belanda, pengaturan iktikad baik dalam kontrak terdapat dalam Pasal 1374 ayat (3) BW (lama) Belanda yang menyatakan bahwa perjanjian harus dilaksanakan dengan iktikad baik. Menurut P.L. Wery⁴², makna pelaksanaan dengan iktikad baik (*uitvoering te goeder trouw*) dalam Pasal 1374 ayat (3) di atas masih tetap sama dengan makna bonafides dalam hukum Romawi beberapa abad lalu. Iktikad baik bermakna bahwa kedua belah pihak harus berlaku satu dengan lainnya tanpa tipu daya, tanpa tipu muslihat, tanpa mengganggu pihak lain, tidak hanya melihat kepentingan diri sendiri saja, tetapi juga kepentingan pihak lainnya.

Pengertian iktikad baik dalam pengertian objektif iktikad baik adalah pelaksanaan suatu perjanjian harus didasarkan pada norma kepatuhan atau apa yang dirasakan sesuai dengan yang patut dalam masyarakat.⁴³ Berdasarkan ketentuan Pasal 1338 ayat (3) KUHPerdara tersebut di atas dapat dikatakan kejujuran (iktikad baik) dalam arti objektif tidak terletak pada keadaan jiwa manusia, akan tetapi terletak pada tindakan yang dilakukan oleh kedua belah pihak dalam melaksanakan janji yang telah disepakati dalam perjanjian tersebut.⁴⁴ Selain itu, pengertian iktikad baik

⁴¹ *Ibid.*

⁴² P.L. Wery dalam buku Febriana Anggit Sasmita. 2016. *Tinjauan Yuridis Asas Itikad Baik Dalam Pelaksanaan Kontrak Kerjasama Investasi Antara Pengusaha Dan Investor (Studi Kasus Angkring Jogja Management Jl. Bimosari Tahunan UH 3/253 Yogyakarta 55167)*. Yogyakarta. Fakultas Syariah dan Hukum. Universitas Negeri Sunan Kalijaga. Hal. 19.

⁴³ Syamsudin Qirom Meliala. 2007. *Pengertian Asas Itikad Baik di Dalam Hukum Indonesia*. Surabaya. Mitra Ilmu. Hal. 38.

⁴⁴ Ismijati Jenie. 2009. *Itikad Baik Sebagai Asas Hukum*. Yogyakarta. Pascasarjana UGM. Hal. 23.

secara objektif yang lain adalah praktek pelaksanaan suatu perjanjian yang telah tertulis baik di dalam akta autentik maupun akta di bawah tangan termasuk apabila ternyata di dalam pelaksanaannya terjadi perubahan-perubahan yang tidak termuat di dalam akta perjanjian tersebut maka para pihak harus punya niat baik dan jujur dalam menyikapi perubahan-perubahan praktek pelaksanaan perjanjian yang terjadi di lapangan tersebut.⁴⁵

Sementara itu pengertian iktikad baik dalam hal ini adalah bersifat dinamis. Yakni dalam hal melaksanakan perbuatan ini kejujuran harus berjalan seiring dengan hati sanubari dari seorang manusia. Jadi perlu dipahami bahwa manusia sebagai anggota masyarakat harus jauh dari sifat merugikan orang lain. Dengan kata lain menggunakan kelicikan, paksaan ataupun penipuan pada saat membuat suatu perjanjian itu jelaslah sangat tidak diperbolehkan. Kedua pihak harus memperhatikan hal-hal ini dan tidak boleh menggunakan kelalaian orang lain untuk menguntungkan diri pribadi.⁴⁶

2. Unsur-Unsur Iktikad Baik

Iktikad baik merupakan dasar dalam melaksanakan kontrak. Para pihak dalam membuat maupun melaksanakan kontrak harus memperhatikan asas iktikad baik, yaitu dalam melaksanakan kontrak tersebut harus mengindahkan norma-norma kepatuhan dan kesusilaan. Mengenai

⁴⁵ Nindya Sari Usman. 2015. *Analisis Putusan Mahkamah Agung Atas Pembuktian Itikad Tidak Baik Dalam Pendaftaran Merek*. Sumatera Utara. *Premise Law Jurnal*. Vol. 6. Fakultas Hukum. USU. Hal. 9.

⁴⁶ Hanifudin Sujana. 2013. *Kajian Hukum Asas Itikad Baik Dalam Perjanjian Jual Beli Benda Bergerak*. Jember. Fakultas Hukum. UNEJ. Hal. xiii-xiv.

pelaksanaan asas iktikad baik yang berhubungan erat dengan kepatutan juga dijelaskan dalam Pasal 1339 KUHPerdara yang menyatakan bahwa suatu kontrak tidak hanya mengikat untuk hal-hal yang dengan tegas dinyatakan dalam suatu kontrak, tetapi juga mengikat untuk segala sesuatu yang menurut sifat kontrak diwajibkan oleh kepatutan, kebiasaan dan undang-undang.⁴⁷

Adapun unsur-unsur iktikad baik yang dapat dipergunakan sebagai pembatasan penggunaan asas kebebasan berkontrak sebagaimana di syaratkan di dalam ketentuan Pasal 1338 ayat (3) KUHPerdara adalah sebagai berikut:

- a) Kepatutan dan Keadilan
- b) Penyalahgunaan Keadaan
- c) Paksaan, Kesesatan, dan Penipuan
- d) Kejujuran dan Kepatuhan
- e) Prinsip Iktikad Baik di Beberapa Negara.⁴⁸

3. Pelaksanaan Iktikad Baik

Iktikad baik dalam pelaksanaan kontrak adalah berarti kepatuhan, yaitu penilaian terhadap tindak tanduk suatu pihak dalam hal melaksanakan apa yang telah dijanjikan dan bertujuan untuk mencegah kelakuan yang tidak patut dan sewenang-wenang dari salah satu pihak.⁴⁹

Makna iktikad baik mengacu kepada standar perilaku yang *reasonable* yang tidak lain bermakna bahwa orang harus mematuhi janji atau perkataannya dalam segala keadaan, atau suatu tindakan yang mencerminkan standar keadilan atau kepatutan masyarakat sebagai penghormatan tujuan hukum. Iktikad baik tersebut tidak hanya mengacu

⁴⁷ Abdulkadir Muhammad. 2000. *Hukum Perikatan*. Bandung. Citra Aditya Bakti. Hal. 238.

⁴⁸ Luh Nila Winarni. 2015. *Asas Itikad Baik Sebagai Upaya Perlindungan Konsumen Dalam Perjanjian Pembiayaan*. Bali. Jurnal Ilmu Hukum. Vol. 11 No.21. Fakultas Hukum. UDAYANA. Hal. 4-9.

⁴⁹ R. Subekti. 1983. *Hukum Perjanjian*. Jakarta. Citra Aditya Bakti. Hal. 27.

kepada iktikad baik para pihak, tetapi harus pula mengacu kepada nilai-nilai yang berkembang dalam masyarakat, sebab iktikad baik merupakan bagian dari masyarakat.⁵⁰

Pelaksanaan asas iktikad baik bukan hal sederhana, hal ini penting dilaksanakan dalam setiap kontrak yang telah disepakati bersama.

4. Fungsi Iktikad Baik

Iktikad baik telah menjadi asas yang sangat penting dalam hukum. Asas ini telah diterima dalam berbagai sistem hukum. Asas ini memiliki fungsi yang sangat penting dalam hukum kontrak. Di dalam doktrin dan yurisprudensi di Belanda, asas iktikad dalam perkembangannya memiliki beberapa fungsi sebagaimana dijelaskan di bawah ini.

a) Penafsiran Kontrak Harus Didasarkan pada Iktikad Baik

Asas iktikad baik memegang peranan penting dalam penafsiran kontrak. Dalam beberapa sistem hukum lainnya, seperti hukum kontrak Belanda, peranan iktikad baik dalam penafsiran kontrak dibangun oleh pengadilan. Jika kontrak harus ditafsirkan sesuai dengan iktikad baik, maka setiap isi kontrak harus ditafsirkan secara fair atau patut. Pada waktu yang lalu dianut pendapat baik di kalangan sarjana maupun peraturan perundang-undangan bahwa penafsiran kontrak hanya diperlukan untuk sesuatu yang tidak jelas. Jika isi kontrak telah jelas, maka tidak diperlukan penafsiran. Sehubungan dengan hal ini Pasal 1378 BW (lama) Belanda menentukan bahwa jika kata-kata suatu

⁵⁰ Taryana Soenandar. 2006. *Prinsip-Prinsip UNIDROIT*. Jakarta. Sinar Grafika Offset. Hal. 42.

kontrak telah jelas, tidak diperkenankan untuk menyimpang daripadanya dengan jalan penafsiran (*indeen de bewoordingen eener overeenkomst duidelijk zijn, mag men daarvan door uitlegging niet afwijken*). Sekarang ini dianut paham bahwa dalam penafsiran kontrak tidak lagi dibedakan antara isi kontrak yang jelas dan yang tidak jelas, bahkan terhadap kata-kata yang tampak jelas, dapat dilakukan penafsiran dengan mengarahkannya kepada kehendak para pihak atau keadaan khusus yang relevan untuk menentukan makna yang mereka maksud.

b) Fungsi Iktikad Baik yang Menambah (*aanvulling van de verbinten*)

Dengan fungsi yang kedua, iktikad baik dapat menambah isi suatu perjanjian tertentu dan juga dapat menambah kata-kata ketentuan undang-undang mengenai perjanjian itu. Fungsi yang demikian ini dapat diterapkan apabila ada hak dan kewajiban yang timbul diantara para pihak tidak secara tegas dinyatakan dalam kontrak. Jadi, iktikad baik dalam kasus ini menambah isi perjanjian dan undang-undang.

c) Fungsi Iktikad Baik yang Membatasi atau Meniadakan (*beperkende of derogerende werking van de redelijkheid en billijkheid*)

Dalam fungsi iktikad baik yang ketiga adalah fungsi membatasi dan meniadakan. Beberapa para pakar hukum sebelum perang berpendapat bahwa iktikad baik juga memiliki fungsi ini. Mereka mengajarkan bahwa suatu perjanjian tertentu atau suatu ketentuan undang-undang mengenai kontrak itu dapat dikesampingkan, jika sejak dibuatnya

kontrak itu keadaan telah berubah, sehingga pelaksanaan kontrak itu menimbulkan ketidakadilan. Dalam keadaan yang demikian itu, kewajiban kontraktual dapat dibatasi, bahkan ditiadakan seluruhnya atas dasar iktikad baik. Iktikad baik tidak dapat mengesampingkan perjanjian yang demikian itu. Dengan fungsi ini hakim dapat mengesampingkan isi perjanjian atau peraturan perundang-undangan yang berkaitan dengan perjanjian jika terjadi perubahan keadaan. Perubahan keadaan itu sedemikian rupa mengakibatkan pelaksanaan apa yang terdapat dalam suatu perjanjian atau peraturan perundang-undangan menjadi tidak adil lagi.⁵¹

5. Implikasi Iktikad Baik

KUHPerdata melindungi bagi pihak pembeli yang beriktikad baik dikala ada iktikad buruk yang terjadi tanpa sepengetahuan pihak pembeli. Pembeli mendapatkan hak melakukan gugatan untuk menuntut ganti kerugian. Dan diperbolehkan untuk mengajukan tidak berlakunya segala tindakan yang tidak diwajibkan yang dilakukan oleh debitur/penjual, dengan alasan apapun itu dapat merugikan pembeli asalkan dibuktikan atas perbuatan tersebut. Dan penjual berkewajiban untuk mengembalikan segala biaya yang telah dikeluarkan oleh pembeli. Sehingga, meskipun telah diperjanjikan bahwa penjual tidak akan menanggung apapun, tetapi penjual akan tetap bertanggung jawab atas akibat dari perbuatan yang dilakukannya.

⁵¹ Ridwan Khairandy. *Op.cit.* Hal. 66-69.

Dan sudah tentu bahwa akibat dari persetujuan yang telah dibuat atas dasar jual beli tersebut apabila tidak dilandasi dengan adanya iktikad baik maka dianggaplah perjanjian itu tidak memiliki kekuatan dan dinyatakan batal demi hukum.⁵²

B. Tinjauan tentang Bisnis Kuliner

1. Pengertian Kuliner

Kuliner yang berasal dari bahasa Inggris “*culinary*” yang didefinisikan sebagai sesuatu yang terkait dengan makanan atau dapur. *Culinary* lebih banyak diasosiasikan dengan tukang masak yang bertanggung jawab menyiapkan makanan agar terlihat menarik dan lezat. Institusi yang terkait dengan kuliner adalah restoran, *fast food franchise*, rumah sakit, perusahaan, hotel dan *catering* dan lain sebagainya.⁵³ Pengertian kuliner adalah hasil olahan yang berupa masakan berupa lauk-pauk, panganan maupun minuman. Kuliner tidak terlepas dari kegiatan masak-memasak yang erat kaitannya dengan konsumsi makanan sehari-hari. Sedangkan orang yang bekerja di bidang kuliner disebut koki atau *chef*.

Dalam perkembangannya, penggunaan istilah kuliner digunakan untuk berbagai macam kegiatan, seperti seni kuliner yaitu seni persiapan, memasak dan penyajian makanan, biasanya dalam bentuk makanan.⁵⁴

⁵² Hanifudin Sujana. *Loc.cit.*

⁵³ Yuyun Alamsyah. *Op.cit.* Hal. 1.

⁵⁴ Riyanto Arudam. *Pengertian Kuliner*. <http://www.kanalinfo.web.id>. diakses tanggal 30 Maret 2017

2. Manajemen Bisnis Kuliner

Resep adalah jantung dari masakan. Kekuatan bisnis kuliner terletak pada komposisi resep yang dibuat. Karena pengukur masakan adalah indra pengecap (lidah) maka enak atau tidak enak menjadi pertimbangan utama. Untuk memastikan bahwa masakan yang dibuat dapat diterima dengan baik oleh indra pengecap semua orang, lakukan pengamatan dan percobaan dalam skala kecil. Minta komentar dan saran dari orang sekitar dan kerabat terhadap hasil uji resep anda. Amati dan pelajari masakan yang terkenal enak. Catat dan dokumentasikan resep dan cara memasak dengan baik. Simpan sebagai rahasia anda.

Manajemen bisnis kuliner tradisional disusun ketika konsep bisnis makanan tradisional sudah terbentuk. Manajemen bisnis kuliner tradisional adalah aplikasi dari konsep atau ide yang sudah dibentuk. Menurut Rahmady dan Andi⁵⁵, strategi adalah sebuah rencana yang disatukan, luas, dan terintegrasi yang menghubungkan keunggulan strategi perusahaan dengan tantangan lingkungan dan yang dirancang untuk memastikan bahwa tujuan perusahaan dapat dicapai melalui pelaksanaan yang tepat oleh organisasi. Menurut Kotler dan Armstrong⁵⁶, Pemasaran adalah proses sosial dan manajerial di mana pribadi atau organisasi memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui penciptaan dan pertukaran nilai dengan yang lain. Sedang menurut David⁵⁷ manajemen strategi sendiri dapat

⁵⁵ Rahmady dan Andy. *Ibid.*

⁵⁶ Kotler dan Armstrong dalam buku Arik Adi Wijaya. 2013. *Analisis Strategi Pemasaran Makanan Tradisional*. Jember. Fakultas Ekonomi. UNEJ. Hal. 1.

⁵⁷ David. *Ibid.* Hal. 2.

didefinisikan sebagai seni dan pengetahuan dalam merumuskan, mengimplementasikan, serta mengevaluasi keputusan-keputusan lintas fungsional yang memungkinkan sebuah organisasi mencapai tujuannya. Penentuan strategi yang baik dalam menghadapi persaingan di pasar adalah salah satu kunci sukses perusahaan dalam memasarkan barang dan jasa yang dimilikinya. Salah satu dunia usaha yang saat ini tingkat persaingannya mengalami peningkatan dari tahun ke tahun adalah produksi ritel makanan.⁵⁸

Indonesia merupakan negara yang memiliki keanekaragaman jenis kuliner yang dapat dikembangkan menjadi sebuah *home industry* di berbagai daerah di Indonesia. Hal ini mengindikasikan bahwa Indonesia memiliki potensi yang besar pada bisnis ritel makanan yang menjadi makanan khas dan keistimewaan dari berbagai daerah yang ada di Indonesia. Potensi ritel makanan yang besar tersebut dapat dijadikan sebuah peluang untuk mengembangkan produk rumah tangga (*home industry*) menjadi sebuah bisnis oleh-oleh makanan khas bagi para wisatawan lokal maupun wisatawan asing.⁵⁹

⁵⁸ Arik Adi Wijaya. 2013. *Analisis Strategi Pemasaran Makanan Tradisional*. Jember. Fakultas Ekonomi. UNEJ. Hal 2.

⁵⁹ *Ibid.*

C. Tinjauan tentang Jenis-jenis Kuliner

1. Pengertian Rumah Makan

Rumah *n* 1 bangunan untuk tempat tinggal; 2 bangunan pada umumnya (seperti gedung dsb): -- **makan** kedai tempat makan (menjual makanan); -- **minum** kedai tempat minum.⁶⁰

Rumah Makan adalah sebagai salah satu bangunan tempat-tempat umum yang sifatnya komersil, dengan kegiatan penyediaan makanan dan minuman, maka rumah makan harus memenuhi persyaratan kebersihan dan kesehatan. Rumah makan adalah sebagai salah satu tempat umum, dimana orang dapat datang untuk membeli makanan dan minuman di tempat tersebut.⁶¹ Rumah Makan merupakan istilah untuk menyebut usaha yang menyajikan hidangan kepada masyarakat serta menyediakan tempat guna menikmati hidangan, dan juga menetapkan biaya tertentu untuk makanan dan pelayanannya.⁶² Sedangkan menurut Peraturan Menteri Kesehatan RI No. 304/Menkes/Per/89 tentang persyaratan rumah makan maka yang dimaksud rumah makan adalah satu jenis usaha jasa pangan yang bertempat di sebagian atau seluruh bangunan yang permanen dilengkapi dengan peralatan dan perlengkapan untuk proses pembuatan, penyimpanan dan penjualan makanan dan minuman bagi umum di tempat usahanya.⁶³ Dalam

⁶⁰ Departmen Pendidikan dan Kebudayaan. *Op.cit.* Hal. 850-851.

⁶¹ Irnawati Marsaulina. 2004. *Study Tentang Pengetahuan Perilaku Dan Kebersihan Penjamah Makanan Pada Tempat Umum Pariwisata Di Dki Jakarta (Tmii, Tija,Tmr)*. Sumatra Utara. Fakultas Kesehatan Masyarakat. USU. Hal. 3.

⁶² Chairul Fadheli. *Pengertian Restoran atau Rumah Makan*. <https://www.rumahreview.com>. diakses tanggal 31 Januari 2017

⁶³ Andri Prasetia. *Jogja Resto and Gallery*. <http://e-journal.uajy.ac.id>. diakses tanggal 30 Januari 2017

Pasal 1 angka 4 Peraturan Menteri Kebudayaan dan Pariwisata Nomor PM.87/HK.501/MKP/2010 tentang Tata Cara Pendaftaran Usaha Jasa Makanan dan Minuman, rumah makan adalah usaha penyediaan makanan dan minuman dilengkapi dengan peralatan dan perlengkapan untuk proses penyimpanan dan penyajian, di dalam 1 (satu) tempat tetap yang tidak berpindah-pindah.

Usaha Rumah Makan adalah suatu usaha yang dinyakini sebagai salah satu bentuk usaha ekonomi yang memiliki prospek cukup bagus, bahkan dalam kondisi krisis sekalipun. Namun sering kali ada usaha yang terjadinya suatu gulung tikar akibat tidak mampu mempertahankan jumlah pengunjungnya. Menyebutkan bahwa terjadinya suatu kesuksesan usaha dibidang pelayanan makanan dan minuman ini tidak hanya ditentukan oleh jumlah pengunjungnya, tetapi ditentukan oleh kemampuan meningkatkan pertumbuhan pelanggannya.⁶⁴ Pasal 1 angka 22 Peraturan Menteri Pariwisata Nomor 18 Tahun 2016 tentang Pendaftaran Usaha Pariwisata menerangkan bahwa, Usaha Rumah Makan adalah usaha penyediaan makanan dan minuman yang dilengkapi dengan peralatan dan perlengkapan untuk proses penyimpanan dan penyajian, di suatu tempat tetap yang tidak berpindah-pindah. Rumah Makan adalah usaha penyedia makanan dan minuman dilengkapi dengan peralatan dan perlengkapan untuk menyimpan dan penyajian di suatu tempat yang tidak berpindah-pindah dengan tujuan

⁶⁴ M. Rizky Ramadhan. 2012. *Usaha Rumah Makan*. Yogyakarta. Karya Ilmiah. Lingkungan Bisnis. STMIK AMIKOM. Hal. 3-4.

memperoleh keuntungan dan/atau laba. Pada usaha rumah makan tidak dilengkapi dengan peralatan dan perlengkapan untuk proses pembuatan.⁶⁵

Kemudian, pengertian Restoran menurut Pasal 1 angka 12 Peraturan Daerah Kota Malang Nomor 16 Tahun 2010 tentang Pajak Daerah adalah fasilitas penyedia makanan dan atau minuman dengan dipungut bayaran, yang mencakup juga rumah makan, cafeteria, kantin, warung, bar dan sejenisnya termasuk jasa boga atau catering. Pasal 1 angka 21 Peraturan Menteri Pariwisata Nomor 18 Tahun 2016 tentang Pendaftaran Usaha Pariwisata menuliskan bahwa, usaha restoran adalah usaha penyediaan makanan dan minuman yang dilengkapi dengan peralatan dan perlengkapan untuk proses pembuatan, penyimpanan dan penyajian, di suatu tempat tetap yang tidak berpindah-pindah. Restoran adalah usaha penyediaan jasa makanan dan minuman dilengkapi dengan peralatan dan perlengkapan untuk proses pembuatan, penyimpanan dan penyajian di suatu tempat tetap yang tidak berpindah-pindah dengan tujuan memperoleh keuntungan dan/atau laba. Restoran yang merupakan salah satu fasilitas dari hotel (menjadi satu kesatuan dengan hotel) tidak dicacah pada kegiatan ini.⁶⁶ Restoran dalam Pasal 1 angka 3 Peraturan Menteri Kebudayaan dan Pariwisata Nomor PM.87/HK.501/MKP/2010 tentang Tata Cara Pendaftaran Usaha Jasa Makanan dan Minuman adalah usaha penyediaan makanan dan minuman dilengkapi dengan peralatan dan perlengkapan untuk proses pembuatan,

⁶⁵ Sub Direktorat Statistik Pariwisata. *Ibid.* Hal. 5.

⁶⁶ Sub Direktorat Statistik Pariwisata. 2015. *Pedoman Pencacahan Usaha Restoran/Rumah Makan (VREST)*. Hal. 5.

penyimpanan, dan penyajian, di dalam 1 (satu) tempat tetap yang tidak berpindah-pindah.

Warung adalah tempat menjual makanan, minuman, kelontong, dan sebagainya; kedai; lepau.⁶⁷ Pengertian warung makan merupakan tempat yang digunakan untuk berjualan makanan. Padanan kata warung makan, diistilahkan sebagai *street food*.⁶⁸

2. Klasifikasi Rumah Makan

Setakat ini, sekurang-kurangnya ada lima istilah pokok untuk menyebut tempat-tempat belanja, yaitu kedai, warung, pasar, toko, dan plaza. Istilah lain seperti warung serba ada, pasar swalayan, dan toko serba ada merupakan pengembangan dari kelima istilah pokok tadi. Kata kedai dan kata warung memiliki arti yang sama, yaitu ‘bangunan yang digunakan sebagai tempat berjualan makanan dan minuman’. Perbedaan antara warung atau kedai yang satu dan yang lain dilakukan dengan menyebutkan jenis barang yang dijual di tempat itu, atau menambahkan nama lain yang dipilih secara suka-suka. Seperti: kedai nasi (kedai yang menjual nasi); kedai kopi (kedai yang menjual kopi); warung pecel (warung yang menjual pecel); warung sate (warung yang menjual sate); warung Asri (warung yang bernama Asri); dan warung padang (warung yang menjual masakan Padang).⁶⁹

⁶⁷ Kamus Besar Bahasa Indonesia. *Warung*. <http://kbbi.web.id>. diakses tanggal 12 Februari 2017

⁶⁸ Munif Arifin. *Loc.cit*.

⁶⁹ Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa. *Kedai, Warung, Pasar, Toko, dan Plaza*. <http://badanbahasa.kemdikbud.go.id>. diakses tanggal 12 Februari 2017

Wojowasito dan Poerwodarminto mengklasifikasikan restoran atau rumah makan menjadi beberapa tipe, antara lain:

- a) A'la Carte Restaurant adalah restoran yang mendapatkan izin penuh untuk menjual makanan lengkap dengan banyak variasi di mana tamu bebas memilih sendiri makanan yang mereka inginkan. Tiap-tiap makanan di dalam restoran ini memiliki harga sendiri-sendiri.
- b) Table D 'hote Restaurant adalah suatu restoran yang khusus menjual menu table d'hote, yaitu suatu susunan menu yang lengkap (dari hidangan pembuka sampai penutup) dan tertentu, dengan harga yang telah ditentukan pula.
- c) Coffee Shop atau Brasserei adalah suatu restoran yang pada umumnya berhubungan dengan hotel, suatu tempat di mana tamu biasanya berhubungan dengan hotel, suatu tempat di mana tamu bisa mendapatkan makan pagi, makan siang dan makan malam secara cepat dengan harga yang cukup. Pada umumnya system pelayanannya adalah dengan *American service* di mana yang diutamakan adalah kecepatannya. *Ready on plate service*, artinya makanan sudah dtatur dan disiapkan diatas piring. Kadang-kadang penyajiannya dilakukan dengan cara *buffet* atau prasmanan.
- d) Cafeteria atau Cafe adalah suatu restoran kecil yang mengutamakan penjualan cake (kue-kue), sandwich (roti isi), kopi dan teh. Pilihan makanannya terbatas dan tidak menjual minuman beralkohol.

- e) Canteen adalah restoran yang berhubungan dengan kantor, pabrik, dan sekolah, tempat di mana para pekerja atau pelajar biasa mendapatkan makan siang atau *coffe break*, yaitu acara minum kopi disertai makanan kecil atau selingan jam kerja, jam belajar ataupun dalam acara rapat-rapat dan seminar.
- f) Continental Restaurant suatu restoran yang menitik beratkan hidangan continental pilihan dengan pelayanan elaborate atau megah. Suasannya santai, susunannya agak rumit, disediakan bagi tamu yang ingin makan secara santai.
- g) Carvery adalah suatu restoran yang berhubungan dengan hotel di mana para tamu dapat mengisi sendiri hidangan panggang sebanyak yang mereka inginkan dengan harga hidangan yang sudah ditetapkan.
- h) Dining Room terdapat di hotel kecil, motel atau inn merupakan tempat yang tidak lebih ekonomis daripada tempat makan biasa. Dining room pada dasarnya disediakan untuk para tamu yang tinggal di hotel itu, namun yang terbuka bagi para tamu dari luar.
- i) Discotheque ialah suatu restoran yang pada prinsipnya berarti juga tempat dansa sambil menikmati alunan musik. Kadang-kadang juga menampilkan live band. Bar adalah salah satu fasilitas utama untuk sebuah discotheque. Hidangan yang tersedia umumnya berupa snack.
- j) Fish and Chip Shop ialah suatu restoran yang banyak terdapat di Inggris, di mana kita dapat membeli macam-macam kripik (*chips*) dan

ikan goreng, biasanya berupa ikan Cod, dibungkus dalam kertas dan dibawa pergi. Jadi makanannya tidak dinikmati di tempat itu.

- k) Grill Room (Rotisserie) adalah suatu restoran yang menyediakan bermacam-macam daging panggang. Pada umumnya antara restoran dengan dapur dibatasi dengan sekat dinding kaca sehingga para tamu dapat memilih sendiri potongan daging yang dikehendaki dan melihat sendiri bagaimana memasaknya. Grill room kadang-kadang disebut juga sebagai *steak house*.
- l) Inn Tavern ialah suatu restoran dengan harga cukupan yang dikelola oleh perorangan di tepi kota. Suasananya dibuat dekat dan ramah, dengan tamu-tamu. Sedangkan hidangannya lezat-lezat.
- m) Night Club/Super Club adalah suatu restoran yang pada umumnya mulai dibuka menjelang larut malam, menyediakan makan malam bagi tamu-tamu yang ingin santai. Dekorasinya mewah, pelayanannya megah. Band merupakan kelengkapan yang diperlukan. Para tamu dituntut berpakaian resmi dan rapi sehingga menaikkan gengsi.
- n) Pizzeria adalah suatu restoran yang khusus menjual pizza. Kadang-kadang juga ada spaghetti atau makanan khas Italia lainnya.
- o) Pan Cake House/Creperie adalah restoran yang khusus menjual pun cake dan crepe yang diisi dengan berbagai macam manisan didalamnya.
- p) Pub pada mulanya merupakan tempat hiburan umum yang mendapat izin menjual minuman bir serta minuman beralkohol lainnya. Para tamu mendapatkan minumannya dari counter (meja panjang yang membatasi

dua ruangan). Pengunjung dapat menikmati; sambil duduk atau berdiri. Hidangan yang tersedia berupa snack seperti pies dan sandwich. Sekarang kita bisa mendapatkan banyak hidangan pengganti di pub.

- q) Snack Bar/Cafe/Milk Bar adalah semacam restoran cukupan yang sifatnya tidak resmi dengan pelayanan cepat di mana para tamu mengumpulkan makanan mereka di atas baki yang diambil dari atas kounter dan kemudian membawanya ke meja makan. Para tamu bebas memilih makanan yang disukainya. Makanan yang disediakan biasanya adalah hamburger, sausages dan sandwich.
- r) Speciality Restaurant adalah restoran yang suasana dan dekorasi seluruhnya disesuaikan dengan tipe khas makanan yang disajikan atau temanya. Restoran semacam ini menyediakan masakan Cina, Jepang, Italia dan sebagainya. Pelayanannya sedikit banyak berdasarkan tatacara negara tempat asal makanan spesial itu.
- s) Terrace Restaurant adalah suatu restoran yang terletak di luar bangunan, namun pada umumnya masih berhubungan dengan hotel maupun restoran induk. Di negara-negara barat pada umumnya restoran tersebut hanya buka pada waktu musim panas saja.
- t) Gourmet Restoran ialah suatu restoran yang menyelenggarakan pelayanan makan dan minum untuk orang-orang yang berpengalaman luas dalam bidang rasa makanan dan minuman. Keistimewaan restoran ini ialah makanan dan minumannya yang lezat-lezat, pelayanannya megah dan harganya cukup mahal.

- u) Family Type Restaurant ialah suatu restoran sederhana yang menghadirkan makanan dan minuman dengan harga tidak mahal, terutama disediakan untuk tamu-tamu keluarga maupun rombongan.
- v) Main Dining Room ialah suatu restoran atau ruang makan utama yang pada umumnya terdapat di hotel-hotel besar, dimana penyaji makanannya secara resmi, pelan tapi masih terikat oleh suatu peraturan yang ketat. Servisnya biasa menggunakan pelayanan ala Perancis atau Rusia. Tamu-tamu yang hadirpun pada umumnya berpakaian resmi atau formal.⁷⁰

D. Tinjauan tentang Pelaku Bisnis

1. Pengertian Pelaku Bisnis

Pelaku bisnis disini ialah orang yang melakukan suatu perbuatan ekonomi dalam bidang kuliner. Pasal 1 angka 3 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen menyebutkan pelaku usaha adalah setiap orang perorangan atau badan usaha, baik yang berbentuk badan hukum maupun bukan badan hukum yang didirikan dan berkedudukan atau melakukan kegiatan dalam wilayah hukum Republik Indonesia, baik sendiri maupun bersama-sama melalui perjanjian menyelenggarakan kegiatan usaha dalam berbagai bidang ekonomi.

Dalam pasal 1 angka 7 Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 35/M-DAG/PER/7/2013 tentang Pencantuman Harga Barang dan Tarif Jasa yang Diperdagangkan, pelaku usaha adalah setiap

⁷⁰ Wikipedia. *Rumah Makan*. <https://id.wikipedia.org>. diakses tanggal 21 Februari 2017

orang perseorangan atau badan usaha, baik berbentuk badan hukum maupun bukan badan hukum yang didirikan dan berkedudukan atau melakukan kegiatan dalam wilayah hukum negara Republik Indonesia, baik sendiri maupun bersama-sama melalui perjanjian menyelenggarakan kegiatan usaha dalam berbagai bidang ekonomi.

Pengertian pelaku usaha ini cukup luas, cakupan luasnya pengertian pelaku usaha dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen tersebut memiliki persamaan dengan pengertian pelaku usaha dalam Masyarakat Eropa terutama negara Belanda, bahwa yang dapat dikualifikasi sebagai produsen adalah pembuat produk jadi (*finished product*); penghasil bahan baku; pembuat suku cadang; setiap orang yang menampakkan dirinya sebagai produsen, dengan jalan mencantumkan namanya, tanda pengenal tertentu, atau tanda lain yang membedakan dengan produk asli, pada produk tertentu, importir suatu produk dengan maksud untuk diperjualbelikan, disewakan, disewagunakan (*leasing*) atau bentuk distribusi lain dalam transaksi perdagangan; pemasok (*supplier*), dalam hal identitas dari produsen atau importir tidak dapat ditentukan.⁷¹ Dalam penjelasan undang-undang yang termasuk dalam pelaku usaha adalah perusahaan, korporasi, BUMN, koperasi, importir, pedagang, distributor, dan lain-lain.

⁷¹ Ahmadi Miru dan Sutarman Yodo. 2007. *Hukum Perlindungan Konsumen*. Jakarta. Raja Grafindo Persada. Hal. 8.

Menurut Abdulkadir Muhammad⁷², pengusaha diartikan orang yang menjalankan perusahaan maksudnya mengelola sendiri perusahaannya baik dengan dilakukan sendiri maupaun dengan bantuan pekerja. Produsen lazim diartikan sebagai pengusaha yang menghasilkan barang dan jasa. Menurut Agnes Toar⁷³, yang termasuk dalam pengertian produsen adalah pembuat, grosir (*whole-saler*), leveransir dan pengecer (*detailer*) profesional. Menurut hukum, mereka ini dapat diminta pertanggungjawaban atas kerugian yang diderita konsumen.

2. Hak dan Kewajiban Pelaku Bisnis

Hak Pelaku Usaha dalam Pasal 6 Undang Undang Perlindungan Konsumen Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen:

- a) Hak untuk menerima pembayaran yang sesuai dengan kesepakatan mengenai kondisi dan nilai tukar barang dan/atau jasa yang diperdagangkan.
- b) Hak untuk mendapat perlindungan hukum dari tindakan konsumen yang beriktikad tidak baik.
- c) Hak untuk melakukan pembelaan diri sepatutnya di dalam penyelesaian hukum sengketa konsumen.
- d) Hak untuk rehabilitasi nama baik apabila terbukti secara hukum bahwa kerugian konsumen tidak diakibatkan oleh barang dan/atau jasa yang diperdagangkan.
- e) Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.

Kewajiban Pelaku Usaha dalam Pasal 7 Undang Undang Perlindungan Konsumen Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen:

- a) Beriktikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya.
- b) Memberikan informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberikan penjelasan penggunaan, perbaikan, dan pemeliharaan.

⁷² Abdulkadir Muhammad dalam buku Tan Kamello. 1998. Makalah “*Praktek Perlindungan Bagi Konsumen Di Indonesia Sebagai Akibat Produk Asing Di Pasar Nasional*”. Disampaikan Pada Pendidikan dan Pelatihan Manajemen Hukum Perdagangan, (Medan: Departemen Perindustrian dan Perdagangan RI Kantor Wilayah Departemen Perindustrian dan Perdagangan Provinsi Sumatera Utara. Hal. 8.

⁷³ Agnes Toar. *Ibid*.

- c) Memperlakukan atau melayani konsumen secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif.
- d) Menjamin mutu barang dan/atau jasa yang di produksi dan/atau diperdagangkan berdasarkan ketentuan standar mutu barang dan/atau jasa yang berlaku.
- e) Memberi kesempatan kepada konsumen untuk menguji dan/atau mencoba barang dan/atau jasa tertentu serta memberi jaminan dan/atau garansi atas barang yang dibuat dan/atau yang diperdagangkan.
- f) Memberi kompensasi, ganti rugi, dan/atau penggantian atas kerugian akibat penggunaan, pemakaian, dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang diperdagangkan.
- g) Memberi kompensasi, ganti rugi, dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian.

Kecenderungan masyarakat konsumen hanya bersandar kepada sejumlah lembaga advokasi konsumen, sesuai dengan pasal 44 UUPK, yaitu dengan adanya pengakuan pemerintah terhadap lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat yang mempunyai kegiatan yang meliputi, penyebaran informasi dalam rangka meningkatkan kesadaran atas hak dan kewajiban dan kehati-hatian konsumen dalam mengkonsumsi barang dan jasa, memberikan nasehat kepada konsumen yang memerlukannya, bekerjasama dengan instansi terkait dalam upaya mewujudkan perlindungan konsumen, membantu konsumen dalam memperjuangkan haknya, dan termasuk menerima keluhan atau pengaduan konsumen.⁷⁴

⁷⁴ Wibowo Tunardy. *Pengertian Pelaku Usaha serta Hak dan Kewajiban Pelaku Usaha*. <http://www.jurnalhukum.com>. diakses tanggal 30 Maret 2017

3. Larangan bagi Pelaku Bisnis

Perbuatan yang dilarang bagi pelaku usaha perlu pula untuk diketahui dimana telah tertuang dalam Bab IV Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dari pasal 8 sampai dengan pasal 17.

Dalam pasal 8 tersebut berbunyi sebagai berikut:

- 1) Pelaku usaha dilarang memproduksi dan/atau memperdagangkan barang dan/atau jasa yang:
 - a) tidak memenuhi atau tidak sesuai standar yang dipersyaratkan dan ketentuan peraturan perundang-undangan;
 - b) tidak sesuai dengan berat bersih, isi bersih, atau netto, dan jumlah dalam hitungan sebagaimana yang dinyatakan dalam label atau etiket barang tersebut;
 - c) tidak sesuai dengan ukuran, takaran, timbangan dan jumlah dalam hitungan menurut ukuran yang sebenarnya;
 - d) tidak sesuai dengan kondisi, jaminan, keistimewaan atau kemanjuran sebagaimana dinyatakan dalam label, etiket atau keterangan barang, dan/atau jasa tersebut;
 - e) tidak sesuai dengan mutu, tingkatan, komposisi, proses pengolahan, gaya, mode, atau penggunaan tertentu sebagaimana dinyatakan dalam label atau keterangan barang dan/atau jasa tersebut;
 - f) tidak sesuai dengan janji yang dinyatakan dalam label, etiket, keterangan, iklan atau promosi penjualan barang dan /atau jasa tersebut;
 - g) tidak mencantumkan tanggal kadaluwarsa atau jangka waktu penggunaan/pemanfaatan yang paling baik atas barang tertentu;
 - h) tidak mengikuti ketentuan berproduksi secara halal, sebagaimana pernyataan “halal” yang dicantumkan dalam label;
 - i) tidak memasang label atau membuat penjelasan barang yang memuat nama barang, ukuran, berat/isi bersih atau netto, komposisi, aturan pakai, tanggal pembuatan, akibat sampingan, nama dan alamat pelaku usaha, serta keterangan lain untuk penggunaan yang menurut ketentuan harus dipasang/dibuat;
 - j) tidak mencantumkan informasi dan/atau petunjuk penggunaan barang dalam bahasa Indonesia sesuai dengan ketentuan perundang-undangan yang berlaku.
- 2) Pelaku usaha dilarang memperdagangkan barang rusak, cacat, atau bekas dan tercemar tanpa memberikan informasi secara lengkap dan benar atas barang dimaksud.

- 3) Pelaku usaha dilarang memperdagangkan sediaan farmasi dan pangan yang rusak, cacat, atau bekas dan tercemar, dengan atau tanpa memberikan informasi secara lengkap dan benar.
- 4) Pelaku usaha yang melakukan pelanggaran pada ayat (1) dan ayat (2) dilarang memperdagangkan barang dan/atau jasa tersebut secara wajib menariknya dari peredaran.

E. Tinjauan tentang Perlindungan Konsumen

1. Pengertian Perlindungan Konsumen

Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) mengartikan perlindungan adalah (1) Tempat berlindung; (2) Perbuatan (hal dan sebagainya) melindungi. Pemaknaan kata perlindungan secara kebahasaan tersebut memiliki kemiripan atau kesamaan unsur-unsur, yaitu (1) unsur tindakan melindungi; (2) unsur pihak-pihak yang melindungi; (3) unsur cara-cara melindungi. Dengan demikian, kata melindungi dari pihak-pihak tertentu yang ditujukan untuk pihak tertentu dengan menggunakan cara-cara tertentu.⁷⁵

Pengertian Konsumen sendiri seperti yang tertulis dalam Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 35/M-DAG/PER/7/2013 tentang Pencantuman Harga Barang dan Tarif Jasa yang Diperdagangkan adalah setiap orang pemakai barang dan/atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan.

⁷⁵ Kamus Besar Bahasa Indonesia. 1991. Edisi Kedua. Cetakan ke-1. Kajarta. Balai Pustaka. Hal. 595.

Hukum Perlindungan Konsumen menurut Janus Sidabalok⁷⁶ adalah hukum yang mengatur tentang pemberian perlindungan kepada konsumen dalam rangka pemenuhan kebutuhannya sebagai konsumen. Yang diatur terkait dengan hak dan kewajiban konsumen, hak dan kewajiban pelaku usaha serta cara-cara mempertahankan hak dan menjalankan kewajiban tersebut.

Pengertian dari perlindungan konsumen menurut Nasution⁷⁷ adalah bagian dari hukum yang memuat asas-asas atau kaidah-kaidah yang bersifat mengatur dan juga mengandung sifat yang melindungi kepentingan konsumen atau keseluruhan asas-asas dan kaidah-kaidah hukum yang mengatur hubungan dan masalah antara berbagai pihak satu sama lain yang berkaitan dengan barang dan/atau jasa konsumen dalam pergaulan hidup. Rumusan pengertian perlindungan konsumen yang terdapat dalam pasal tersebut, cukup memadai. Kalimat yang menyatakan “segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum”, diharapkan sebagai benteng untuk meniadakan tindakan sewenang-wenang yang merugikan pelaku usaha hanya demi untuk kepentingan perlindungan konsumen, begitu pula sebaliknya menjamin kepastian hukum bagi konsumen.⁷⁸ Berdasarkan ketentuan Undang-Undang Perlindungan Konsumen ada dua persyaratan utama dalam perlindungan konsumen, yaitu adanya jaminan hukum (*law guarantee*) dan adanya kepastian hukum (*law certainty*). Undang-Undang

⁷⁶ Janus Sidabalok. 2006. *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*. Bandung. Citra Aditya Bakti. Hal. 45.

⁷⁷ Az. Nasution. 2014. *Hukum Perlindungan Konsumen*. Jakarta. Diadit Media. Hal. 22.

⁷⁸ Ahamadi Miru dan Sutarman Yodo. 2004. *Hukum Perlindungan Konsumen*. Jakarta. PT. Raja Grafindo Persada. Hal. 1.

Nomor 8 Tahun 1999 tentang Hukum Perlindungan Konsumen ini, telah memberikan harapan bagi masyarakat Indonesia, yaitu harapan agar konsumen mendapatkan perlindungan yang layak untuk kerugian yang dideritanya akibat mengkonsumsi suatu barang dan jasa. Perlindungan tersebut tidak saja terhadap barang-barang berkualitas rendah tetapi juga terhadap barang-barang yang membahayakan kehidupan manusia. Umpamanya makanan, obat-obat dan minuman.⁷⁹ Perlindungan yang diberikan terhadap konsumen bermacam-macam, dapat berupa perlindungan ekonomi, sosial, politik. Perlindungan konsumen yang paling utama dan yang menjadi topik pembahasan ini adalah perlindungan hukum. Perlindungan hukum merupakan bentuk perlindungan yang utama karena berdasarkan pemikiran bahwa hukum sebagai sarana yang dapat mengakomodasi kepentingan dan hak konsumen secara komprehensif. Di samping itu, hukum memiliki kekuatan memaksa yang diakui secara resmi di dalam negara, sehingga dapat dilaksanakan secara permanen. Berbeda dengan perlindungan institusi lainnya seperti perlindungan ekonomi atau politik misalnya, yang bersifat temporer atau sementara.⁸⁰ Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Hukum Perlindungan Konsumen, telah menjamin adanya kepastian hukum bagi konsumen. Sebelum adanya Undang-Undang ini, banyak masyarakat yang memandang bahwa kedudukan konsumen begitu lemah dan pelaku usaha kurang memperhatikan hak-hak konsumen. Kitab Undang-Undang Hukum Perdata,

⁷⁹ Muhammad & Bakti. 1999. *Hukum Perusahaan*. Bandung. Citra Aditya Bakti. Hal. 16-17.

⁸⁰ Wahyu Sasongko. 2007. *Ketentuan-Ketentuan Pokok Hukum Perlindungan Konsumen*. Penerbit UNILA. Bandar Lampung. Hal. 30-31.

Kitab Undang-Undang Hukum Pidana, serta peraturan lain yang berkaitan dengan upaya perlindungan konsumen dirasakan belum cukup.⁸¹

Perlindungan Konsumen menurut Pasal 1 angka 1 Undang Undang Nomor 59 Tahun 2001 tentang Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen.

2. Pengertian Konsumen

Konsumen adalah **1** pemakai barang-barang hasil produksi (bahan pakaian, makan, dsb): *kepentingan -- pun harus diperhatikan*; **2** penerima pesanan iklan; **3** pemakai jasa (pelanggan, dsb).⁸²

Pengertian Konsumen menurut Pasal 1 angka 2 Undang Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen adalah setiap orang pemakai barang dan/atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan.

Pengertian Konsumen di Amerika Serikat dan MEE, kata “Konsumen” yang berasal dari *consumer* sebenarnya berarti “pemakai”. Namun, di Amerika Serikat kata ini dapat diartikan lebih luas lagi sebagai “korban pemakaian produk yang cacat”, baik korban tersebut pembeli, bukan pembeli tetapi pemakai, bahkan juga korban yang bukan pemakai,

⁸¹ Muhammad & Bakti. *Loc.cit.*

⁸² Departmen Pendidikan dan Kebudayaan. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Edisi Kedua. Balai Pustaka. Jakarta. Hal. 522.

karena perlindungan hukum dapat dinikmati pula bahkan oleh korban yang bukan pemakai.⁸³

3. Hak-Hak Konsumen

Sejak dikeluarkannya Undang Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen, sebenarnya hak-hak konsumen telah dijamin sepenuhnya oleh Negara. Undang Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen secara komprehensif membuat substantive law, yaitu menyangkut hak-hak konsumen dan perbuatan yang dilarang bagi pelaku usaha, serta procedural law, yaitu mekanisme ganti rugi jika konsumen dirugikan. Mengenai hak-hak konsumen, Undang Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen secara jelas mencantumkan (Pasal 4 Undang Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen), yaitu hak atas keamanan dan keselamatan, hak atas informasi yang jujur, hak untuk memilih, hak atas pendidikan konsumen dan hak untuk mendapatkan ganti rugi.

Hak Konsumen adalah:

- a) hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa;
- b) hak untuk memilih barang dan/atau jasa serta mendapatkan barang dan/atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan;
- c) hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa;
- d) hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan/atau jasa yang digunakan;
- e) hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan, dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut;
- f) hak untuk mendapat pembinaan dan pendidikan konsumen;

⁸³ Agus Brotosusilo. 1998. *Aspek-Aspek Perlindungan Terhadap Konsumen dalam Sistem Hukum di Indonesia*. Jakarta. YLKI-USAID. Hal. 46.

- g) hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif;
- h) hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian, apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya;
- i) hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.⁸⁴

Bob Widyahartono⁸⁵ juga menyebutkan bahwa deklarasi hak konsumen yang dikemukakan oleh John F. Kennedy, menghasilkan empat hak dasar konsumen (*the four consumer basic rights*) yang meliputi hak-hak sebagai berikut:

- a) Hak untuk Mendapat dan Memperoleh Keamanan atau *The Right to be Secured*
- b) Hak untuk Memperoleh informasi atau *The Right to be Informed*
- c) Hak untuk Memilih atau *The Right to Choose*
- d) Hak untuk Didengarkan atau *The Right to be Heard*.⁸⁶

4. Kewajiban Konsumen

Secara lebih jelas, di dalam Pasal 7 Undang Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen tertera kewajiban pelaku usaha, yaitu:

- a) Beriktikad baik
- b) Memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur
- c) Memperlakukan konsumen tanpa diskriminatif
- d) Menjamin mutu barang
- e) Memberi kesempatan kepada konsumen untuk menguji
- f) Memberikan ganti rugi/kompensasi kepada konsumen yang dirugikan.⁸⁷

⁸⁴ Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia. *Hak Konsumen*. <http://ylki.or.id/hak-konsumen>. diakses tanggal 21 Februari 2017

⁸⁵ Bob Widyahartono dalam buku Happy Susanto. 2008. *Hak-hak Konsumen Jika Dirugikan*. Jakarta Selatan. Visi Media. Hal. 24.

⁸⁶ *Ibid*.

⁸⁷ Ilyani S. Andang. 2006. *Kajian Kebijakan Penerapan Prinsip Kehati-hatian dalam Perlindungan Konsumen terhadap Pangan Rekayasa Genetik*. Jakarta. Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI) bekerjasama dengan HIVOS. Hal. 32.

Kewajiban/Tanggungjawab Konsumen yaitu:

- a) membaca atau mengikuti petunjuk informasi dan prosedur pemakaian atau pemanfaatan barang dan/atau jasa, demi keamanan dan keselamatan;
- b) beriktikad baik dalam melakukan transaksi pembelian barang dan/atau jasa;
- c) membayar sesuai dengan nilai tukar yang disepakati;
- d) mengikuti upaya penyelesaian hukum sengketa perlindungan konsumen secara patut.⁸⁸

F. Tinjauan tentang Peraturan Perundang-Undangan

1. Undang Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

Pasal 3 UUPK berisi Perlindungan Konsumen bertujuan:

- a. Meningkatkan kesadaran, kemampuan dan kemandirian konsumen untuk melindungi diri;
- b. Mengangkat harkat dan martabat konsumen dengan cara menghindarkannya dari eksese negatif pemakaian barang dan/atau jasa;
- c. Meningkatkan pemberdayaan konsumen yang mengandung unsur kepastian hukum dan keterbukaan informasi serta akses untuk mendapatkan informasi;
- d. Menumbuhkan kesadaran pelaku usaha mengenai pentingnya perlindungan konsumen sehingga tumbuh sikap jujur dan bertanggung jawab dalam berusaha;
- e. Meningkatkan kualitas barang dan/atau jasa yang menjamin kelangsungan usaha produksi barang dan/atau jasa, kesehatan, kenyamanan, keamanan, dan keselamatan konsumen.

⁸⁸ Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia. *Loc.cit.*

Pasal 7 Undang Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen tentang Kewajiban Pelaku Usaha:

- a. Beriktikad baik dalam melakukan usahanya;
- b. Memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberi penjelasan penggunaan, perbaikan dan pemeliharaan;
- c. Memperlakukan atau melayani konsumen secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif;
- d. Menjamin mutu barang dan/atau jasa yang diproduksi dan/atau diperdagangkan berdasarkan ketentuan standar mutu barang dan/atau jasa yang berlaku;
- e. Memberi kesempatan kepada konsumen untuk menguji, dan/atau mencoba barang dan/atau jasa tertentu serta memberi jaminan dan/atau garansi atas barang yang dibuat dan/atau yang diperdagangkan;
- f. Memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian atas kerugian akibat penggunaan, pemakaian dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;
- g. Memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima atau dmanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian.

Dalam Pasal 10 Undang Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen menerangkan bahwa, pelaku usaha dalam menawarkan barang dan/atau jasa yang ditujukan untuk diperdagangkan dilarang menawarkan, mempromosikan, mengiklankan atau membuat pernyataan yang tidak benar atau menyesatkan mengenai:

- a. harga atau tarif suatu barang dan/atau jasa;
- b. kegunaan suatu barang dan/atau jasa;
- c. kondisi, tanggungan, jaminan, hak atau ganti rugi atas suatu barang dan/atau jasa;
- d. tawaran potongan harga atau hadiah menarik yang ditawarkan;
- e. bahaya penggunaan barang dan/atau jasa.

Artinya secara *a contrario*, informasi seputar makanan (termasuk harga) pada restoran tersebut harus dinyatakan dengan benar dan tidak menyesatkan konsumen. Pelaku usaha yang melanggar ketentuan Pasal 10 Undang Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen

tersebut dipidana dengan pidana penjara paling lama 5 tahun atau pidana denda paling banyak Rp.2.000.000.000,-.⁸⁹

2. Peraturan Daerah Kota Malang Nomor 16 Tahun 2010 tentang Pajak

Daerah

Dalam Pasal 1 angka 11 memberikan pengertian terkait Pajak Restoran, yaitu pajak atas pelayanan yang disediakan oleh restoran.

Restoran (Pasal 1 angka 12) itu sendiri adalah fasilitas penyedia makanan dan atau minuman dengan dipungut bayaran, yang mencakup juga rumah makan, kafetaria, kantin, warung, bar dan sejenisnya termasuk jasa boga atau katering.

Objek Pajak Restoran (Pasal 13 ayat (1)) adalah pelayanan yang disediakan oleh restoran. Pelayanan yang disediakan restoran sebagaimana dimaksud pada ayat (1), meliputi pelayanan penjualan makanan dan atau minuman yang dikonsumsi oleh pembeli, baik dikonsumsi di tempat pelayanan maupun di tempat lain. Termasuk objek Pajak Restoran (Pasal 13 ayat (3)) sebagaimana dimaksud pada ayat (1), adalah:

- a. rumah makan;
- b. kafetaria;
- c. kantin;
- d. warung;
- e. depot;
- f. bar;
- g. pujasera/*food court*;
- h. toko roti/*bakery*;
- i. jasa boga/*catering*;
- j. kegiatan usaha lainnya yang sejenis.

⁸⁹ Tri Jata Ayu Pramesti. *Sanksi bagi Rumah Makan yang Tidak Mencantumkan Daftar Harga*. <http://m.hukumonline.com>. diakses tanggal 10 Maret 2017

3. Peraturan Bank Indonesia Nomor 17/3/PBI/2015 tentang Kewajiban Penggunaan Rupiah di Wilayah Negara Indonesia ("PBI 17/2015") dan pelaksanaannya Surat Edaran Bank Indonesia Nomor 17/11/DKSP Tahun 2015 tentang Kewajiban Penggunaan Rupiah Di Wilayah Negara Kesatuan Republik Indonesia ("SE BI")

Dalam Pasal 11 PBI Nomor 17/3/PBI/2015 BAB V tentang Pencantuman Harga Barang dan/atau Jasa menuliskan “Dalam rangka mendukung pelaksanaan kewajiban penggunaan Rupiah sebagaimana dimaksud dalam Pasal 2 ayat (1), pelaku usaha wajib mencantumkan harga barang dan/atau jasa hanya dalam Rupiah.” Dan dalam Pasal 19 PBI Nomor 17/3/PBI/2015, “Pelanggaran atas kewajiban pencantuman harga barang dan/atau jasa dalam Rupiah sebagaimana dimaksud dalam Pasal 11 dan kewajiban penyampaian laporan, keterangan, dan/atau jasa data sebagaimana dimaksud dalam Pasal 12 ayat (2) dikenakan sanksi administratif berupa teguran tertulis.”

Sedangkan pada Surat Edaran Bank Indonesia Nomor 17/11/DKSP Tahun 2015 tentang Kewajiban Penggunaan Rupiah Di Wilayah Negara Kesatuan Republik Indonesia Romawi II huruf A SE BI tersebut mengatur, “Setiap pelaku usaha di wilayah Negara Kesatuan Republik Indonesia wajib mencantumkan harga barang dan/atau jasa hanya dalam Rupiah dan dilarang mencantumkan harga barang dan/atau jasa dalam Rupiah dan mata uang asing secara bersamaan (*dual quotation*).” Dan pada Romawi II huruf A, “Setiap pelaku usaha di wilayah Negara Kesatuan Republik Indonesia wajib

mencantumkan harga barang dan/atau jasa hanya dalam Rupiah dan dilarang mencantumkan harga barang dan/atau jasa dalam Rupiah dan mata uang asing secara bersamaan (*dual quotation*).”

Dan dalam Romawi II huruf B angka 5, kewajiban dan larangan sebagaimana dimaksud dalam huruf A antara lain berlaku untuk:

- 1) label harga, seperti label harga yang tercantum pada barang;
- 2) biaya jasa (*fee*), seperti fee agen dalam jual beli properti, jasa kepariwisataan, jasa konsultan;
- 3) biaya sewa menyewa, seperti sewa apartmen, rumah, kantor, gedung, tanah, gudang, kendaraan;
- 4) tarif, seperti bongkar muat peti kemas di pelabuhan atau tarif tiket pesawat udara, kargo;
- 5) daftar harga, seperti daftar harga menu restoran;
- 6) kontrak, seperti klausul harga atau biaya yang tercantum dalam kontrak atau perjanjian;
- 7) dokumen penawaran, pemesanan, tagihan, seperti klausul harga yang tercantum dalam faktur, *delivery order*, *purchase order*, dan/atau;
- 8) bukti pembayaran, seperti harga yang tercantum dalam kuitansi.